

日本国特許庁
PATENT OFFICE
JAPANESE GOVERNMENT

J1036 U.S. PTO
09/776660



別紙添付の書類に記載されている事項は下記の出願書類に記載されて
いる事項と同一であることを証明する。

This is to certify that the annexed is a true copy of the following application as filed
with this Office.

出願年月日

Date of Application:

2000年 7月27日

願番号

Application Number:

特願2000-226695

願人

Applicant(s):

三菱電機株式会社

CERTIFIED COPY OF
PRIORITY DOCUMENT

2000年 9月 1日

特許庁長官
Commissioner,
Patent Office

及川耕造

出証番号 出証特2000-3070244

【書類名】 特許願

【整理番号】 525552JP01

【提出日】 平成12年 7月27日

【あて先】 特許庁長官 殿

【国際特許分類】 G06F 15/00

【発明者】

【住所又は居所】 東京都千代田区丸の内二丁目2番3号 三菱電機株式会社
社内

【氏名】 魚住 光成

【特許出願人】

【識別番号】 000006013

【氏名又は名称】 三菱電機株式会社

【代理人】

【識別番号】 100075258

【弁理士】

【氏名又は名称】 吉田 研二

【選任した代理人】

【識別番号】 100081503

【弁理士】

【氏名又は名称】 金山 敏彦

【選任した代理人】

【識別番号】 100096976

【弁理士】

【氏名又は名称】 石田 純

【手数料の表示】

【予納台帳番号】 001753

【納付金額】 21,000円

【提出物件の目録】

【物件名】 明細書 1

【物件名】	図面	1
【物件名】	要約書	1
【プルーフの要否】	要	

【書類名】 明細書

【発明の名称】 スポーツ中継における広告配信システム及び広告配信方法

【特許請求の範囲】

【請求項 1】 複数のチーム又は競技者が同時並行して競技するスポーツの競技内容を実況中継するために、複数の撮像装置を用いて撮像することで収集した撮像データに基づきインターネットを介して公開する放送ページを複数生成して、その中から観戦したい放送ページを視聴者に選択させるスポーツ中継放送システムにおいて、生成された放送ページ毎に各放送ページ内において表示する広告を設定することを特徴とするスポーツ中継における広告配信方法。

【請求項 2】 複数のチーム又は競技者が同時並行して競技するスポーツの競技内容を実況中継するために、複数の撮像装置を用いて撮像することで収集した撮像データに基づきインターネットを介して公開する放送ページを複数生成して、その中から観戦したい放送ページを視聴者に選択させるスポーツ中継放送システムにおいて、生成された各放送ページにおいて中継されるチーム又は競技者を認識して、チーム又は競技者に対応させて表示する広告を設定することを特徴とするスポーツ中継における広告配信方法。

【請求項 3】 複数のチーム又は競技者が同時並行して競技するスポーツの競技内容を実況中継するために、複数の撮像装置を用いて撮像することで収集した撮像データに基づきインターネットを介して公開する放送ページを複数生成し、その中から観戦したい放送ページを視聴者に選択させるスポーツ中継放送システムに搭載され、生成された放送ページに広告を組み込むことで広告の配信を行う広告配信システムにおいて、

生成された放送ページに広告を組み込む広告組込処理手段と、

出場チーム又は競技者のプロフィールを含む競技者情報が登録されている競技者情報データベースと、

各放送ページにおいて中継する競技内容と、その競技内容に対応させて広告を出すスポンサー識別情報が登録されるスポンサーデータベースと、

前記競技者情報データベースに登録されている競技者情報を表示し、広告を付けたいチーム又は競技者をスポンサーに指定させ、その指定されたチーム又は競

技者の競技内容の中継する放送ページに対応させて当該スポンサー識別情報を前記スポンサーデータベースに登録する広告先設定処理手段と、

を有し、

前記広告組込処理手段は、前記スポンサーデータベースの設定内容に基づいて、生成された各放送ページにおけるスポンサーを特定し、当該スポンサーの広告を当該放送ページに組み込むことを特徴とするスポーツ中継における広告配信システム。

【請求項4】 チーム又は競技者が対戦するスポーツであって複数の対戦を同時並行して行うことのできるスポーツの競技内容を実況中継するために、複数の撮像装置を用いて撮像することで収集した撮像データに基づきインターネットを介して公開する放送ページを複数生成して、その中から観戦したい放送ページを視聴者に選択させるスポーツ中継放送システムに搭載され、生成された放送ページに広告を組み込むことで広告の配信を行う広告配信システムにおいて、

各対戦をそれぞれ中継する放送ページに広告を組み込む広告組込処理手段と、

各対戦に関する対戦情報に対応させてスポンサー識別情報が登録されるスポンサーデータベースと、

前記スポンサーデータベースにスポンサー識別情報を設定登録する広告先設定処理手段と、

を有し、

前記広告組込処理手段は、各放送ページにおいて放送される各対戦におけるスポンサーを前記スポンサーデータベースの設定内容に基づき特定し、当該スポンサーの広告を当該放送ページに組み込むことを特徴とするスポーツ中継における広告配信システム。

【請求項5】 前記広告先設定処理手段は、スポンサーに入力指定されたチーム又は競技者が出場する対戦を前記スポンサーデータベースから特定し、その特定した各対戦に対応させて当該スポンサー識別情報を前記スポンサーデータベースに登録することを特徴とする請求項4記載のスポーツ中継における広告配信システム。

【請求項6】 出場チーム又は競技者のプロフィールを含む競技者情報が登

録されている競技者情報データベースを有し、

前記広告先設定処理手段は、前記競技者情報データベースに登録されている競技者情報を表示し、広告を付けたいチーム又は競技者をスポンサーに入力指定させ、そのスポンサーに入力指定されたチーム又は競技者が出場する対戦を前記スポンサーデータベースから特定し、その特定した各対戦に対応させて当該スポンサー識別情報を前記スポンサーデータベースに設定登録することを特徴とする請求項4記載のスポーツ中継における広告配信システム。

【発明の詳細な説明】

【0001】

【発明の属する技術分野】

本発明はスポーツ中継における広告配信システム及び広告配信方法、特にアメリカズカップやオリンピックなど多数の国やチームあるいは競技者が参加してヨットレースなど対戦形式で競技を行うスポーツ、あるいはマラソン等多数の競技者が参加して同時に競技を行うスポーツを、インターネットを利用して実況中継を行うときの広告配信の一手法に関する。

【0002】

【従来技術】

複数の国やチームが参加して対戦が行われるスポーツ競技、例えばアメリカズカップでは、挑戦艇を決定するとき複数のヨットチームの総当たりによるマッチレース形式で競技が行われるが、複数のマッチレースは同時並行して行われている。テレビ中継では、特定のレースに注目して、しかも対戦者を等しく放送するように運営されている。なお、テレビ中継では、スポンサーの広告は競技会全般において行われる。

【0003】

現在では、スポーツ競技の中継がインターネットを介して行われるようになってきている。インターネット中継においては、各マッチレースを中継している複数の放送ページの中から観戦したい放送ページをインターネット利用者（つまり視聴者）が選択できるようになっている。これは、視聴者が何を観戦するかを自らの嗜好によって選択できるようになったということであり、一方的に競技内容

を選択して放送するテレビ中継とは全く異なっている。

【 0 0 0 4 】

図 4 は、インターネットを利用してスポーツ等を実況中継する従来の広告配信システムを搭載したスポーツ中継放送システムの概略構成図である。図 4 に示したシステムは、競技内容を撮像するカメラ 1、カメラ 1 からの映像を収集する映像収集装置 2、収集された映像に基づき公開する放送ページを生成すると共に本大会のスポンサー情報 3 を参照して放送ページに広告を組み入れる放送ページ生成装置 4 を有している。

【 0 0 0 5 】

ここで、インターネット中継を行う従来の広告システムの動作について簡単に説明すると、映像収集装置 2 は、各カメラ 1 から各レースの映像を収集し、放送ページ生成装置 4 は、収集した各映像から各レースの放送ページを生成する。このとき、スポンサー情報 3 に基づき放送時間帯、放送回数等の条件に従い特定したスポンサーの広告を各放送ページに組み込む。図 4 に示した例では、同時並行して行われている各対戦 1 ～ n の放送ページ 5 それぞれに対してある企業の「広告 X」が組み込まれている。視聴者は、生成された放送ページ 5の中から観戦したい放送ページを選択して視聴する。

【 0 0 0 6 】

ところで、オリンピックをはじめアメリカズカップやワールドカップ等比較的にメジャーなスポーツ競技大会、特に国際的な大会では企業を世界的にアピールする格好の場であると考えられるので、巨額な契約料を支払ってでもスポンサーになりたい企業は少なくない。そして、スポンサーとなれば、各レースの放送ページに自社企業の広告が付加されることになるので、自社ブランドの知名度を世界的に向上させることができる。

【 0 0 0 7 】

【発明が解決しようとする課題】

しかしながら、従来のインターネットによるスポーツ中継における広告システムでは、スポンサーが広告を効率的に打ち出しているか、契約料との関係からコストに見合った宣伝効果が得られているかという点、必ずしもそうとは言い切れ

ない。これは、以下の理由による。

【0008】

確かにスポンサーともなれば、本大会全般において自社ブランドを世界的に宣伝することができるので企業戦略上好ましいことではある。しかし、顧客とはならない、つまり宣伝効果を得ることができないインターネット利用者に対してまで宣伝をしている場合がある。例示するならば、自社製品の販売店のない国の視聴者が観戦するレースに自社の広告を出すことである。従来においては、企業は、大会のスポンサーとして大会運営側と契約を行う。ある程度のランク付け等はあるとしても一括した契約である。すなわち、企業は、広告を出さなくてもよいと考えるレースの分まで一括してスポンサー契約をするしかない。本来、広告は、視聴者の傾向や嗜好に即した内容の宣伝を放送すべきであるが、上記の通りなので宣伝効果の高低に関係なく各レースに対して一律に広告を出さざるを得ない。このため、宣伝効果を効率的に奏することができているかということと必ずしもそうとは言い切れない。

【0009】

一方、視聴者の立場からしても、自分に有用な情報を放送してくれる方が好ましいものであるが、上記のように従来においては全く関係のない広告がされる可能性があった。

【0010】

本発明は以上のような問題を解決するためになされたものであり、その目的は、スポーツ中継を観戦している視聴者の傾向や嗜好に合致した広告をスポーツ中継に対して行うことのできるスポーツ中継における広告配信システム及び広告配信方法を提供することにある。

【0011】

【課題を解決するための手段】

以上のような目的を達成するために、本発明に係るスポーツ中継における広告配信方法は、複数のチーム又は競技者が同時並行して競技するスポーツの競技内容を実況中継するために、複数の撮像装置を用いて撮像することで収集した撮像データに基づきインターネットを介して公開する放送ページを複数生成して、そ

の中から観戦したい放送ページを視聴者に選択させるスポーツ中継放送システムにおいて、生成された放送ページ毎に各放送ページ内において表示する広告を設定するものである。

【 0 0 1 2 】

また、他の発明に係るスポーツ中継における広告配信方法は、複数のチーム又は競技者が同時並行して競技するスポーツの競技内容を実況中継するために、複数の撮像装置を用いて撮像することで収集した撮像データに基づきインターネットを介して公開する放送ページを複数生成して、そのの中から観戦したい放送ページを視聴者に選択させるスポーツ中継放送システムにおいて、生成された各放送ページにおいて中継されるチーム又は競技者を認識して、チーム又は競技者に対応させて表示する広告を設定するものである。

【 0 0 1 3 】

また、本発明に係るスポーツ中継における広告配信システムは、複数のチーム又は競技者が同時並行して競技するスポーツの競技内容を実況中継するために、複数の撮像装置を用いて撮像することで収集した撮像データに基づきインターネットを介して公開する放送ページを複数生成し、そのの中から観戦したい放送ページを視聴者に選択させるスポーツ中継放送システムに搭載され、生成された放送ページに広告を組み込むことで広告の配信を行う広告配信システムにおいて、生成された放送ページに広告を組み込む広告組込処理手段と、出場チーム又は競技者のプロフィールを含む競技者情報が登録されている競技者情報データベースと、各放送ページにおいて中継する競技内容と、その競技内容に対応させて広告を出すスポンサー識別情報が登録されるスポンサーデータベースと、前記競技者情報データベースに登録されている競技者情報を表示し、広告を付けたいチーム又は競技者をスポンサーに指定させ、その指定されたチーム又は競技者の競技内容の中継する放送ページに対応させて当該スポンサー識別情報を前記スポンサーデータベースに登録する広告先設定処理手段とを有し、前記広告組込処理手段は、前記スポンサーデータベースの設定内容に基づいて、生成された各放送ページにおけるスポンサーを特定し、当該スポンサーの広告を当該放送ページに組み込むものである。

【 0 0 1 4 】

また、他の発明に係るスポーツ中継における広告配信システムは、チーム又は競技者が対戦するスポーツであって複数の対戦を同時並行して行うことのできるスポーツの競技内容を実況中継するために、複数の撮像装置を用いて撮像することで収集した撮像データに基づきインターネットを介して公開する放送ページを複数生成して、その中から観戦したい放送ページを視聴者に選択させるスポーツ中継放送システムに搭載され、生成された放送ページに広告を組み込むことで広告の配信を行う広告配信システムにおいて、各対戦をそれぞれ中継する放送ページに広告を組み込む広告組込処理手段と、各対戦に関する対戦情報に対応させてスポンサー識別情報が登録されるスポンサーデータベースと、前記スポンサーデータベースにスポンサー識別情報を設定登録する広告先設定処理手段とを有し、前記広告組込処理手段は、各放送ページにおいて放送される各対戦におけるスポンサーを前記スポンサーデータベースの設定内容に基づき特定し、当該スポンサーの広告を当該放送ページに組み込むものである。

【 0 0 1 5 】

また、前記広告先設定処理手段は、スポンサーに入力指定されたチーム又は競技者が出場する対戦を前記スポンサーデータベースから特定し、その特定した各対戦に対応させて当該スポンサー識別情報を前記スポンサーデータベースに設定登録するものである。

【 0 0 1 6 】

また、出場チーム又は競技者のプロフィールを含む競技者情報が登録されている競技者情報データベースを有し、前記広告先設定処理手段は、前記競技者情報データベースに登録されている競技者情報を表示し、広告を付けたいチーム又は競技者をスポンサーに入力指定させ、そのスポンサーに入力指定されたチーム又は競技者が出場する対戦を前記スポンサーデータベースから特定し、その特定した各対戦に対応させて当該スポンサー識別情報を前記スポンサーデータベースに設定登録するものである。

【 0 0 1 7 】

【発明の実施の形態】

以下、図面に基づいて、本発明の好適な実施の形態について説明する。

【0018】

図1は、本発明に係るスポーツ中継における広告配信システムの一実施の形態を搭載したスポーツ中継放送システムの概略構成図である。本実施の形態においては、スポーツ競技としてアメリカズカップのような対戦型の競技を中継する場合を例にして説明する。アメリカズカップは、挑戦艇を決定するとき複数のヨットチームの総当たりによるマッチレース形式で競技が行われるが、複数のマッチレースは海上で同時に並行して行われている。サッカーのオリンピックやワールドカップ等でも同様に第1次予選では各グループ総当たりによるもので、試合は複数の競技場で同時刻に並行して行われる場合が少なくない。図1に示したカメラ1は、各対戦を撮像する撮像装置である。通常は、各対戦を複数台のカメラを用いて中継するが、本実施の形態では、便宜的に各対戦をそれぞれ1台のカメラ1で撮像するものとする。映像収集装置2は、カメラ1からの映像を収集する。放送ページ生成装置10は、収集された撮像データに基づき公開する放送ページを生成する。本実施の形態では、説明の便宜上、対戦毎に1つの放送ページを生成するものとする。視聴者は、インターネット6を介してアメリカズカップの実況中継を視聴することができるが、この際、生成された複数の放送ページの中から観戦したい対戦を中継している放送ページを選択する。

【0019】

本実施の形態における広告配信システムは、放送ページ生成装置10に搭載される広告組込処理部11、スポンサーとなる企業により用いられる広告先設定処理部12、更に競技者情報データベース13、スポンサーデータベース14及び広告マスタ15を有している。

【0020】

放送ページ生成装置10は、各対戦を実況中継する放送ページを生成するが、広告組込処理部11は、その放送ページに広告を組み込む。広告先設定処理部12は、スポンサーとなる企業による入力指定に基づき自企業の識別情報をスポンサー識別情報としてスポンサーデータベース14に登録する。

【0021】

図2は、本実施の形態におけるスポンサーデータベース14のデータ構成例を示した図である。スポンサーデータベース14には、本大会において開催される各対戦に関する対戦情報が予め登録されている。対戦情報には、対戦するチーム（クラブ）、開催日時、開催場所が含まれている。この対戦情報に対応させて各対戦のスポンサーを指定するための領域が設けられており、各対戦のスポンサーとなりたい企業は、この領域に自己企業の識別情報を設定することになる。広告先設定処理部12は、この設定処理に用いられる。本実施の形態では、各放送ページにおいて各対戦を中継するので、中継する競技内容というのは、対戦に相当する。

【0022】

図3は、本実施の形態における競技者情報データベース13のデータ構成例を示した図である。競技者情報データベース13には、本大会の出場チーム又は競技者のプロフィールを含む競技者情報が登録されている。本実施の形態では、アメリカズカップのようなヨットクラブ単位（つまりチーム単位）の対戦を想定しているので、競技者であるのチームの名称、所属国、所属クラブに関する情報、レース艇のスポンサーとなっている企業をリストした艇スポンサー情報が競技者情報として予め登録されている。更に、各チームを構成する各選手の名前、出身地、プロフィールなどが予め登録されている。この競技者情報は、企業がどの対戦のスポンサーになるかを決定する指標となる。

【0023】

広告マスタ15には、放送ページに組み込む各企業の広告が登録されているデータベースである。放送ページのスポンサーが特定されると、広告組込処理部11は、そのスポンサーの広告を広告マスタ15から取り出して当該放送ページに組み込むことになる。

【0024】

本実施の形態において示したスポーツ中継放送システムは、上記構成により各対戦毎に放送ページを生成する。視聴者は、いずれかの放送ページを選択することによって観戦したい対戦を観ることが出来る。視聴者は、複数あるものの中からいずれかの放送ページを選択する際、好みのチーム、選手、あるいは母国のチ

ームが出場する対戦を通常選択するものであると考えられる。すなわち、いずれかの放送ページを選択するときには、視聴者の嗜好が反映され、また視聴者と対戦するチーム等との間に何らかの関係（視聴者と出場チームの所属国が同じなど）があると考えられる。

【0025】

本実施の形態において特徴的なことは、生成された放送ページ毎つまり対戦毎に各放送ページにおいて表示する広告を設定できるようにしたことである。すなわち、従来においては、大会全般においてスポンサーを募り、各対戦と視聴者との関係に依存させることなく各対戦を中継する放送ページにスポンサー企業の広告を組み込むようにしていた。これに対して、本実施の形態においては、放送ページ単位（対戦単位）に細分化してスポンサーを募り、対戦毎にスポンサーを設定できるようにした。このように、インターネット上の粒度の細かい実況中継に対して、その実況中継個々にスポンサー企業を割り当てることができるので、スポンサーとなる企業からしてみれば、より効果的な広告を打つことができる。また、大会関係者からしてみれば、大口のスポンサーのみならず、小口のスポンサーを多数募ることができる。更に、視聴者からしてみれば、自分の嗜好に即した広告を観ることができる。

【0026】

次に、本実施の形態における動作について説明する。なお、本実施の形態において広告が組み込まれた放送ページを生成するには、事前にスポンサーとなる企業をスポンサーデータベース14に登録しておかなければならないが、ここでは、スポンサーとなる企業が既に登録されているものとして説明する。スポンサーデータベース14への登録に関しては追って詳述することにする。

【0027】

同時並行して行われている各対戦は、それぞれに割り当てられているカメラ1で撮像される。映像収集装置2は、各カメラ1で撮像された各対戦の映像を収集し、放送ページ生成装置4は、収集した各映像から各対戦の放送ページ16を生成する。ここまでの処理は、従来例と同様である。

【0028】

ここで、広告組込処理部11は、放送ページ16と各放送ページ16-1～16-nで中継している対戦とを対応付けし、スポンサーデータベース14の対戦情報から各放送ページ16-1～16-nにおけるスポンサーを特定する。アメリカズカップでは、対戦が行われるレース場が事前にわかっているのでカメラ1と放送ページ16と対戦との対応関係は、容易に認識できる。そして、広告組込処理部11は、放送ページ16に組み込むべきスポンサーの広告を広告マスタ15から抽出して当該放送ページ16-1～16-nに組み込む。例えば、図1、2に例示したように、対戦1のスポンサー企業がA社の場合にはA社の広告Aを対戦1を中継している放送ページ16-1に組み込む。また、対戦nのスポンサー企業がC社及びX社の場合にはC、X社の各広告C、Xを対戦nを中継している放送ページ16-nに組み込む。

【0029】

本実施の形態によれば、このようにして各放送ページ16-1～16-nに異なる企業の広告を組み込むことができる。これにより、スポンサー企業は、宣伝を効率的に行うことができる。すなわち、例えば、対戦1が日本国艇対米国艇であった場合、この対戦1を観戦する一般視聴者は、日本人及び米国人が多いと考えられる。従って、知名度の向上等の企業戦略という観点を除けば、日本国と米国に販売店のない企業が対戦1の放送ページに広告を出したとしても宣伝効果はあまり見込めない。一方、対戦2が伊国艇対仏国艇であった場合に、伊国と仏国に販売店のある企業が対戦2の放送ページに広告を出せば、その宣伝効果は大である。従来においては、スポンサーの設定が対戦毎に細分化されていなかったもので、対戦2への広告による宣伝効果を得るために対戦1にも無条件に広告が出される場合があったが、本実施の形態によれば、対戦毎にスポンサーとなることができるので、各企業は、より大きな宣伝効果を見込める放送ページを選択して広告を効率的に出すことができる。

【0030】

また、広告付与単位の細分化に伴って契約料も細分化するようにすれば、大会主催者側からしてみれば、対戦毎に企業と契約をすればよいので、より多くのスポンサー企業を募ることができるし、大会の運営を支えるために巨額な契約料を

支払ってくれる企業を探さなくてもすむ。また、企業側からしてみれば、広告を出すために必ずしも大会全体のスポンサーとならなくてもよいので契約料を抑えることができる。また、巨額な契約料を支払えなかった企業でもスポンサーとなることができる。

【0031】

また、対戦毎に広告を出せるということは、必ずしも企業の宣伝という観点からだけでなく、当該対戦に関連した情報の案内にも利用することができる。例えば、対戦中のヨットクラブの会員募集広告のみならず当該クラブ会員向けの情報案内にも利用することができる。

【0032】

また、対戦毎に広告を出せるということは、スポンサーデータベース14及び広告マスタ15への設定いかんでは、対戦チームの母国語により広告を出せるなどの細かな設定も可能になる。

【0033】

また、本実施の形態は、上記説明したように対戦毎に表示する広告を設定できることを特徴としているが、例えば、ある開催日時の全対戦に広告を出すという時間に着目した広告を打ち出すことも容易にできる。

【0034】

ここで、スポンサーデータベース14へのスポンサー識別情報の登録について説明する。

【0035】

本実施の形態では、各対戦に着目して対戦毎にスポンサーとなれるようにしたことを特徴としている。しかし、スポンサーになろうとする企業は、各対戦の視聴者の傾向、嗜好を把握できなければ宣伝効果を向上させることができない。本実施の形態におけるスポンサーデータベース14には、対戦チームが登録されているので、この対戦情報を参照すれば、視聴者の傾向をある程度把握することができる。例えば、国対抗のスポーツ競技の場合は、対戦する国を母国とする視聴者が多いということが容易に予想できる。更に、本実施の形態では、企業が広告を出す際に効果的な宣伝となるように競技者情報データベース13を設けたこと

を特徴としている。つまり、どの対戦（つまりどの放送ページ）に広告を出すことが企業にとって効率的であり効果的であるかの指標を示す情報の一例として競技者情報が登録されているのが競技者情報データベース 1 3 である。

【 0 0 3 6 】

図 3 に示したように、競技者情報データベース 1 3 には、チームに関する情報のみならずチームに所属する各選手の詳細情報をも登録されているので、スポンサーになりたい企業は、競技者情報を参照することで、どの対戦のスポンサーになるのが効果的であるかを判断することができる。例えば、ヨットクラブが所属する国とスキッパーの出身国が異なるような場合、その出身国においても多くの視聴者が対戦を観戦する可能性がある。企業は、競技者情報データベース 1 3 を用意しておくことによってこのような視聴者の傾向を知ることができる。以下、スポンサーデータベース 1 4 へスポンサー識別情報を登録するときの動作について説明する。

【 0 0 3 7 】

広告先設定処理部 1 2 は、企業内のオペレータによる入力操作に応じて競技者情報データベース 1 3 の設定内容を画面表示する。そして、オペレータは、競技者情報を参照してチームを特定する。広告先設定処理部 1 2 は、オペレータの入力操作に従い、スポンサーデータベース 1 4 への設定登録画面を表示する。オペレータが画面表示された対戦情報から当該チームが出るレース（対戦）を指定すると、広告先設定処理部 1 2 は、その特定した対戦に対応させてその企業の識別情報をスポンサーデータベース 1 4 に登録する。これにより、当該対戦のスポンサーとなった企業の広告が広告組込処理部 1 1 によって対応する放送ページに組み込まれることになる。

【 0 0 3 8 】

このように、競技者情報を企業に提示することで、企業の広告担当者が中継されるスポーツ競技の競技者についてよく知らない場合でも、また、チームの所属国と当該チームに所属する選手の出身国が異なる場合でも、企業は適切な対戦のスポンサーになることができる。

【 0 0 3 9 】

また、上記においては、企業は、指定した対戦のスポンサーとなるように説明したが、広告先設定処理部12は、競技者情報データベース13の中からチームを指定させるようにし、その指定されたチームが出る全ての対戦のスポンサーとなるようにしてもよい。つまり、競技者情報データベース13の中から指定されたチームに基づきスポンサーデータベース14を検索して、該当した全ての対戦に対応させてその企業の識別情報をスポンサーデータベース14に自動登録する。

【0040】

なお、上記実施の形態では、スポンサーデータベース14に企業の識別情報を登録する際、説明を簡略化するために何も条件を設定していなかったが、スポンサー料、放送ページにおける最大広告数、艇スポンサーとの競合関係などをチェックするなど、企業が対戦のスポンサーとなれるための条件を実際の運用時には設定しておくことが望ましい。

【0041】

ところで、本実施の形態では、アメリカズカップやサッカーのワールドカップ等チーム対戦型のスポーツ競技を想定して説明したが、個人対戦型のスポーツ競技にも適用できることはいうまでもない。

【0042】

更に、対戦型ではなくマラソンなどの競技者が同時に競技するスポーツ競技にも適用できる。この場合、競技者情報データベース13には、各ランナーのプロフィールや、所属するチーム、企業等の情報が登録される。スポンサーデータベース14には、競技内容として対戦情報の代わりに競技者を識別する情報となる。なお、対戦型の競技の場合は、競技場所が事前にわかっているのでカメラ1と対戦との対応付けは予め把握できる。よって、各放送ページ16-1～16-nと中継している対戦との対応付けも容易である。これに対し、マラソンの場合は、放送ページ16-1～16-nと中継しているランナーとの対応付けをするために何らかの工夫が必要になる。例えば、有力選手には専用のカメラを予め割り当てたり、カメラが捉えているランナーを入力指定させる手段を設けたり、ランナーのゼッケンを自動読取する手段を設けたりする。あるいは、表示する広告を

競技者毎に割り付けるのではなく固定された要素、例えば地区（区間）単位に細分化して表示するようにしてもよい。

【 0 0 4 3 】

また、本実施の形態では、広告を出す単位を細分化するためにスポンサーデータベース 1 4 を設けており、また、細分化した中でどの放送ページに広告を出すことが効果的であるかという観点から競技者情報データベース 1 3 を設けている。従って、中継するスポーツ競技に応じて各データベース 1 3, 1 4 のデータ構成を適切に設定すればよい。

【 0 0 4 4 】

本発明は、スポンサーを大会全体ではなく競技の放送ページ単位に細分化して設定できるようにしたことを特徴としている。放送ページの生成方法、放送ページ上における広告の表示方法、更に契約料に関しては本発明の要旨ではない。

【 0 0 4 5 】

【発明の効果】

本発明によれば、大会全般に広告を打ち出すスポンサーを募るのではなくスポーツ競技を中継するために生成された放送ページ単位にスポンサーを募り表示する広告を設定できるようにしたので、粒度の細かい広告を行うことができる。

【 0 0 4 6 】

また、チーム又は競技者に対応させて表示する広告を設定できるようにしたので、スポンサーとなる企業は視聴者の傾向や嗜好に応じた効果的な広告を打ち出すことができる。

【図面の簡単な説明】

【図 1】 本発明に係るスポーツ中継における広告配信システムの一実施の形態を搭載したスポーツ中継放送システムの概略構成図である。

【図 2】 本実施の形態におけるスポンサーデータベースのデータ構成例を示した図である。

【図 3】 本実施の形態における競技者情報データベースのデータ構成例を示した図である。

【図 4】 従来の広告配信システムを搭載したスポーツ中継放送システムの

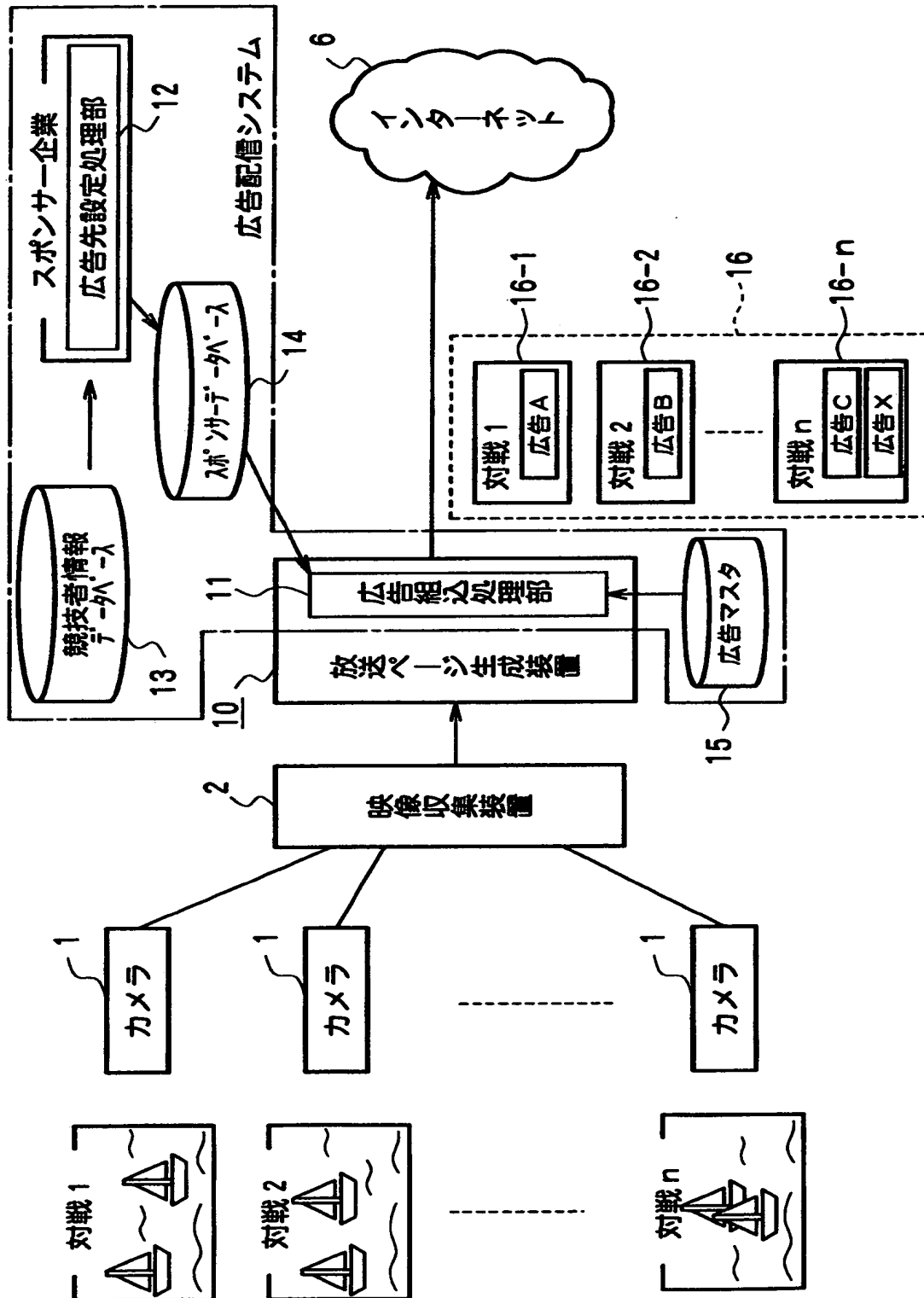
概略構成図である。

【符号の説明】

1 カメラ、2 映像収集装置、6 インターネット、10 放送ページ生成装置、11 広告組込処理部、12 広告先設定処理部、13 競技者情報データベース、14 スポンサーデータベース、15 広告マスタ、16, 16-1 ~ 16-n 放送ページ。

【書類名】 図面

【図1】



【図 2】

スポンサーデータベースのデータ構成例

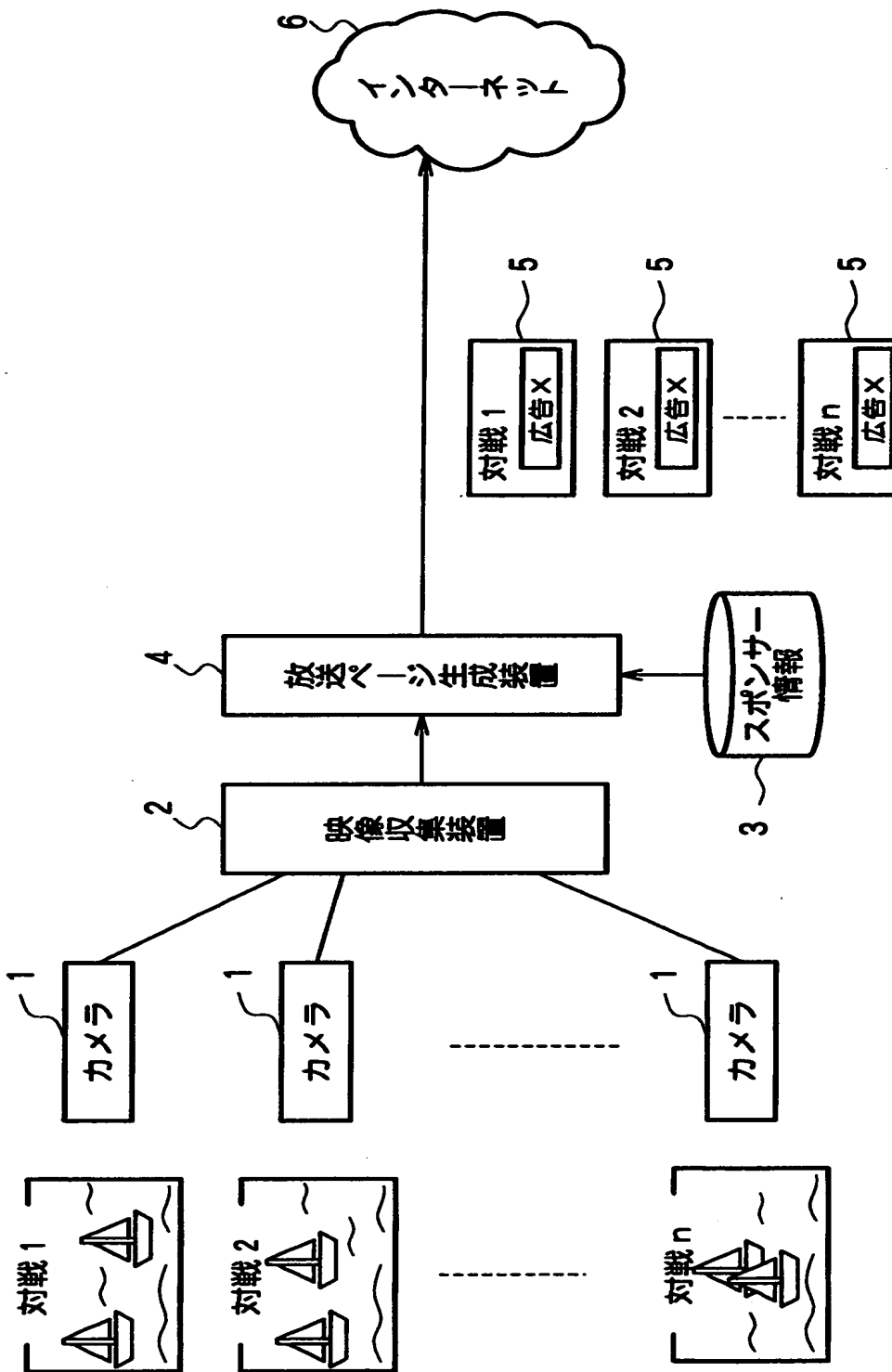
対戦情報			スポンサー
開催日時	開催場所	対戦チーム	
mm/dd hh:mm	会場 1	p1 VS p2	A社 B社 ----- C社、X社
mm/dd hh:mm	会場 2	p3 VS p4	
-----	-----	-----	
mm/dd hh:mm	会場 n	p _{n-1} VS p _n	

【図 3】

競技者情報データベースのデータ構成例

チーム名	所属国	選手情報			所属クラブ 情報	艇スポンサー 情報
		選手名	出身地	P R		

【図4】



【書類名】 要約書

【要約】

【課題】 スポーツ中継を観戦している視聴者の傾向や嗜好に合致した広告をスポーツ中継に対して行う。

【解決手段】 本大会の出場チーム又は競技者のプロフィールを含む競技者情報が登録されている競技者情報データベース 1 3 と、対戦相手、対戦開催日時等の対戦情報に対応させて当該対戦のスポンサーとなる企業の識別情報が登録されているスポンサーデータベース 1 4 とを有しており、広告先設定処理部 1 2 は、競技者情報データベース 1 3 の設定内容に基づき企業が入力指定したチームが出場する対戦に対応させて当該企業の識別情報をスポンサーデータベース 1 4 に登録する。広告組込処理部 1 1 は、生成された各放送ページ 1 6 - 1 ~ 1 6 - n で中継している各対戦のスポンサーをスポンサーデータベース 1 4 により特定し、当該スポンサーの広告を広告マスタ 1 5 から抽出して当該放送ページ 1 6 - 1 ~ 1 6 - n に組み込む。

【選択図】 図 1

出 願 人 履 歴 情 報

識別番号 [000006013]

1. 変更年月日	1990年 8月24日
[変更理由]	新規登録
住 所	東京都千代田区丸の内2丁目2番3号
氏 名	三菱電機株式会社